

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Kajian teori merupakan landasan teori yang berguna sebagai pendukung pemecahan masalah. Untuk itu perlu disusun suatu kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran, menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti.¹⁵

Dalam penelitian ini, teori - teori yang dianggap relevan dalam menjelaskan permasalahan ini adalah sebagai berikut:

1. *Agenda Setting*

Gagasan pemikiran agenda setting sesungguhnya sudah mulai muncul pada awal tahun 1920-an melalui pemikiran Walter Lippmann (1922) dalam tulisannya yang berjudul *"The World Outside and the Pictures in our Heads"*. Dalam pembuka bab yang berjudul *Public Opinion*, Lippman sudah menyiratkan ide agenda setting meski ia menyebutnya dengan istilah yang sama. Tesisnya adalah bahwa media berita, yang menjadi jendela kita ke dunia luas di luar pengalaman kita secara langsung, telah menentukan peta kognitif kita tentang dunia tersebut. Sehingga menurutnya, opini publik bukanlah respon terhadap lingkungan melainkan reespon terhadap lingkungan semu yang dikonstruksi oleh media.¹⁶

Pemikiran Lippman tersebut kemudian mendapat dukungan dari McCombs & Shaw (1972) yang menyatakan bahwa informasi yang diberikan media berita memainkan peranan yang penting dalam mengkonstruksi gambaran seseorang

¹⁵ *Ibid*, hal. 6

¹⁶ Farah Diba, *Analisis Framing pada Pemberitaan Politik Partai Hanura di Media Online Sindonews*, eJournal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 3, 2014, hal. 168

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tentang realitas. Hipotesis sentralnya adalah bahwa media massa telah menyusun agenda (umunya berkaitan dengan isu kampanye politik) dengan memberikan penonjolan pada isu-isu tertentu. Isu-isu tersebut kemudian diberi penekanan oleh media sehingga akan dianggap sebagai sesuatu yang penting oleh anggota public. Dengan kata lain, isu yang dianggap penting oleh media juga akan dianggap penting oleh public. Inilah yang disebut sebagai pengaruh agenda setting.¹⁷

2. *Headline*

Pada hakikatnya *Headline* merupakan intisari dari berita. Dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek, tapi cukup memberitahukan persoalan pokok peristiwa yang diberitakannya. Karena berita yang harus disajikan itu banyak, dan masing-masing berita harus bisa diminati dan dinikmati pembacanya, maka *Headline* pun dibuat tidak seragam. Diusahakan agar masing-masing berita dapat ditonjolkan lain dari yang lainnya. Selain bunyi pernyataannya, juga jenis, ukuran, serta penyusunan huruf atau kata-katanya, dibuat sedemikian rupa sehingga masing-masing berita (melalui *Headline*-nya) memiliki daya tarik tersendiri, yang sama merangsang pembaca, pendengar, atau penontonnya, untuk memperhatikan atau mengingatnya. Dengan demikian semua khalayak diharapkan tidak ada yang melewatkan beritanya dengan tidak membacanya.¹⁸

EM Griffin menyatakan bahwa McCombs dan Donald Shaw meminjam istilah '*agenda setting*' dari Bernard Cohen melalui laporan penelitiannya mengenai fungsi khusus media massa¹⁰. Bernard Cohen menyebutnya dalam konsep '*The mass media may not succesful in telling us what to think, but they are stunningly sucessful in telling us what to think about*'. Yakni, media massa

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik*. Bandung: Nuansa. Hlm. 115

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mungkin tidak berhasil mengatakan kepada kita apa yang harus dipikirkan, tetapi mereka sangat berhasil untuk mengatakan kepada kita hal-hal apa saja yang harus kita pikirkan. Walaupun para pakar belum menemukan kekuatan media seperti yang disinyalir oleh pandangan masyarakat yang konvensional, namun belakangan diketemukan cukup bukti bahwa para penyunting dan penyiar memainkan peranan yang penting dalam membentuk realitas sosial kita. Itu terjadi ketika mereka melaksanakan tugas keseharian mereka dalam menonjolkan berita. Khalayak bukan saja belajar tentang isu-isu masyarakat dan hal-hal lain melalui media, mereka juga belajar sejauh mana pentingnya suatu isu atau topik dari penegasan yang diberikan oleh media massa. Media melakukan seleksi sebelum melaporkan berita kemudian melakukan *gatekeeping* terhadap informasi dan akan membuat pilihan apa saja yang akan diberitakan dan tidak. Apa yang diketahui oleh khalayak pada umumnya merupakan hasil dari media *gatekeeping*.¹⁹

Dennis McQuail mengatakan bahwa istilah “*agenda setting*” diciptakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw, dua peneliti dari Universitas North Carolina, untuk menjelaskan gejala atau fenomena kegiatan kampanye pemilihan umum (pemilu) yang telah lama diamati dan diteliti oleh kedua sarjana tersebut. Denis McQuail menyebutnya sebagai “*process by which the relative attention given to items or issues in news coverage influences the rank order of public awareness of issues and attribution of significance. As an extension, effects on public policy may occur.*” Disini agenda seting didefinisikan sebagai sebuah proses dimana perhatian yang diberikan pada suatu permasalahan melalui liputan

¹⁹ Ari Cahyo Nugroho, Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi, Jurnal INSANI, ISSN : 0216-0552 | NO. 12/1/Juni 2012, hal. 44

berita, menimbulkan kesadaran pada masyarakat tentang masalah tersebut. Sebagai efek selanjutnya, hal ini dapat membuat efek pada kebijakan publik.²⁰

3. *Foto Headline*

Dalam satu *Headline* terdapat satu foto utama yang melambangkan topik terpanas dihari itu, foto *Headline* adalah foto yang terpenting sebuah edisi karena ia dipilih dari sekian banyak foto yang masuk kemeja redaktur sebelum berita siap diterbitkan pada surat kabar. Bisa dibilang foto *Headline* adalah foto terbaik dari seluruhan foto yang terdapat pada cetakan edisi itu.

Tradisi pemilihan foto *Headline* di Indonesia, biasanya ditentukan lewat rapat redaksi yang melibatkan pimpinan redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, serta beberapa wartawan. Pada rapat ini, semua berita yang masuk dikumpulkan dan kemudian dibahas, berita mana saja yang layak untuk dimuat. Peserta rapat bebas memberikan pendapat dan masukan. Dari rapat itu, diputuskan berita dan foto yang akan diterbitkan.

Namun, banyak juga media cetak yang memutuskan foto *Headline* dengan tidak banyak melibatkan redaktur dan wartawan, cukup rapat kecil antara pemimpin redaksi, redaktur pelaksana dan redaktur halaman depan. Bahkan, ada juga yang sepenuhnya diputuskan oleh redaktur halaman depan yang kebetulan sebagai redaktur eksekutif. Hal ini tidak menjadi masalah sebab yang penting berita tersebut memang tepat dan pantas diterbitkan.

Semua redaksi surat kabar, biasanya cenderung memiliki pertimbangan yang sama dalam menentukan foto *Headline*, diantaranya: beritanya aktual, besar dan sangat penting bagi banyak orang, juga sesuai dengan karakter medianya.

²⁰ *Ibid*

Maka itu, sering kali sejumlah surat kabar memuat foto *Headline* yang sama pada hari yang sama.

Sementara aspek komersial juga sering menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan foto *Headline*. Banyak media kini cenderung memilih *Headline* yang menarik pembaca alias laku dijual. Semakin menarik *Headline*-nya semakin banyak pula pembaca yang membeli media tersebut.²¹

Foto *Headline* juga menjadi salah satu foto terpenting, karena foto *headkine* dipilih dari sekaian banyak foto yang masuk ke meja redaktur sehari sebelum penerbitan. Bisa dibilang foto *Headline* adalah foto terbaik dari keseluruhan foto yang terdapat pada cetakan edisi itu.²²

Sebuah karya foto yang bagus tidak akan bermakna jika tidak mendapatkan pengakuan dari orang lain. Maka itu sebuah foto dipublikasikan melalui media massa. Namun tidak semua foto dapat dimuat di media massa, ada beberapa syarat yang dibutuhkan agar sebuah foto dapat dimuat di media massa. Berdasarkan pengalaman para jurnalis foto dilapangan, sebuah foto dikatakan layak untuk disiarkan (dimuat) apabila foto tersebut:

a. Informatif

Foto harus menjelaskan secara ringkas apa yang diinginkan disampaikan segera terbaca tanpa harus dibebani kata yang panjang lebar. Tak jarang sebuah foto jurnalistik menjadi foto tunggal yang tidak dilengkapi tulisan panjang, tetapi hanya cukup mencantumkan caption berupa kalimat lengkap yang mendiskripsikan peristiwa dari sebuah foto.²³

²¹ Zaenuddin, *The Journalist*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011, hal. 178

²² Taufan Wijaya, *Foto Jurnalistik*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014, hal. 47

²³ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Hangat/ aktual

Subjeknya harus baru, bukan hal yang basi. Artinya baru dalam segi waktu dan baru dalam segi masalah.

c. Faktual

Foto yang tidak diada-adakan, tetapi memang ada dan sesuai dengan kenyataan yang sebenar-benarnya merupakan hal yang sifatnya mutlak. Foto jurnalistik tidak boleh dari hasil rekayasa, tetapi harus berdasarkan fakta yang benar-benar terjadi dilapangan.

d. Relevan

Isi foto harus mendukung tema pokok cerita atau penulisannya. Penggunaan foto pendukung membantu pembaca memahami isi berita atau tulisan jurnalistik lainnya. Karenanya foto yang relevan dengan tulisan merupakan hal yang sangat penting.

e. Autentik

Autentisitas sebuah foto lebih ditekankan pada tingkat kesulitan dalam proses pemotretan. Sebuah foto jurnalistik dituntut untuk memiliki autentisitas yang tinggi, hal ini menuntut keterampilan dan ide kreatif dari seorang jurnalis foto. Salah satu hal yang membuat sebuah foto tampak menarik ketika terpampang di surat kabar atau majalah adalah kemampuan menyampaikan fakta di lapangan dan dikemas dengan ide kreatif dari fotografernya.²⁴

²⁴ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Subjeknya tidak hanya bisa dimengerti oleh fotografernya sendiri
Sebuah foto jurnalistik yang baik adalah foto yang dapat mengomunikasikan pesan yang dapat dimengerti oleh orang-orang yang melihatnya.
- g. Ada sudut pandang yang berbeda dalam subjek yang sama
Biasanya, media cetak seperti surat kabar yang terbit di wilayah yang sama akan menurunkan isu yang sama pada *Headline*-nya. Untuk menarik perhatian pembaca, mereka akan berlomba untuk mendapatkan *angel* terbaik dari sebuah peristiwa yang sama.
- h. Atraktif
Foto itu mampu tampil secara mendalam (hidup). Foto merupakan tampiln fisual yang merekam dan mempresentasikan peristiwa dalam bentuk gambar. Oleh karena itu, kemampuannya untuk menarik perhatian pembaca sangatlah mutlak.
- i. Menggunakan tehknik fotografi yang baik
Setiap foto yang akan dimuat harus didukung dengan tehknik fotografi yang memadai, dalam arti gambar yang fokus, pencahayaan yang cukup dan komposisi yang baik.²⁵
- j. Tidak melanggar etika jurnalistik
Sebaik apapun teknik dan kesesuaian pemilihan topik sebuah karya foto jurnalistik, tetap saja pada akhirnya harus memperhatikan etika dan

²⁵ Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari, *Jurnalistik Foto*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013, hal. 178

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

norma yang berlaku, misalnya tidak menonjolkan hal-hal yang mengandung pornografi dan kekerasan.²⁶

Variasi penyajian foto *Headline* diusahakan agar khalayak tertarik untuk menikmati pemberitannya. Dengan begitu dapat berfungsi untuk memanggil khalayak agar mau membaca. Minimal tahu apa yang menjadi pokok pemberitaannya. Terutama bagi khalayak yang tidak punya cukup waktu untuk membaca berita keseluruhannya, dengan melihat foto *Headline* saja telah cukup memperoleh informasi dari apa yang diberitakan.

Kriteria umum nilai berita (*news value*) merupakan acuan yang dapat digunakan oleh para jurnalis, yakni reporter dan editor, untuk memutuskan fakta yang pantas dijadikan berita dan memilih mana yang lebih baik untuk dijadikan *Headline*. Kriteria nilai berita juga sangat penting bagi para editor dalam mempertimbangkan dan memutuskan, mana berita terpenting dan terbaik untuk dimuat, disiarkan, atau ditayangkan melalui medianya kepada masyarakat luas.²⁷

1. Keluarbiasaan (*Unusualness*)

News is unusualness. Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa. Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Untuk menunjukkan berita bukanlah suatu peristiwa biasa, Lord Northchiliffe, pujangga dan editor di Inggris abad 18, menyatakan dalam sebuah ungkapan yang kemudian sangat populer dan kerap dikutip oleh para teoritis dan praktisi jurnalistik.

²⁶ *Ibid*

²⁷ Sumadiria, Haris, *Jurnalistik Indonesia*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008, hal.

Lord menegaskan, apabila orang digigit anjing maka itu bukanlah berita, tetapi sebaliknya apabila orang menggigit anjing, maka itulah berita (*if a dog bites a man it is not news, but if a man bites dog, it is news*) Prinsip seperti ini masih berlaku dan dijadikan acuan oleh editor dimana pun media tersebut berdiri.

2. Kebaruan (*Newness*)

News is new. Berita adalah semua apa yang terbaru. Berita adalah apa saja yang disebut hasil karya terbaru. Apa saja perubahan penting yang terjadi dan dianggap berarti, dari soal pemilihan kepala desa hingga presiden merupakan berita.

3. Akibat (*Impact*)

News has impact. Berita adalah segala sesuatu yang berdampak luas. Suatu peristiwa tidak jarang menimbulkan dampak besar dalam kehidupan masyarakat. Kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM), tarif telepon, tarif angkutan umum, bagaimanapun sangat berpengaruh terhadap anggaran keuangan semua lapisan masyarakat. Apa saja yang menimbulkan akibat sangat berarti bagi masyarakat, itulah berita.²⁸

4. Aktual (*Timeliness*)

Berita adalah peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Secara sederhana aktual berarti merujuk pada peristiwa yang baru atau yang sedang terjadi.

5. Kedekatan (*Proximity*)

Kedekatan mengandung dua arti. Kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi disekitar tempat tinggal kita. Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan

²⁸ *Ibid*

oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.²⁹

6. Informasi (*information*).

Setiap berita selalu mengandung informasi, namun tidak semua informasi memiliki nilai berita. Berita yang dimuat di surat kabar biasanya telah melalui proses penyaringan. Berita yang memiliki nilai beritalah yang layak untuk diberitakan. Demikian juga dengan sebuah foto, termasuk selembarnya foto yang memberitakan seseorang. Foto yang tidak masuk dalam kategori *Headline* bisa juga dimuat di surat kabar dalam rubrik yang berbeda.

7. Konflik (*Conflict*).

Berita tentang konflik atau pertentangan selalu menarik untuk dimuat di surat kabar. Sumber beritanya tidak pernah habis, mulai dari konflik individu di ruang privat (misalnya konflik artis yang bercerai), konflik desa, konflik partai hingga konflik antar negara, semuanya memiliki nilai berita. Menegaskan bahwa ada atau tidak ada pemilihan, konflik akan cenderung berjalan terus, sebab konflik senantiasa imanen (menyatu) dengan dinamika kehidupan. Foto seputar konflik juga memiliki nilai berita untuk menegaskan apa yang diberitakan.

8. Orang penting (*Prominence*)

Unsur ini berkaitan dengan publik figur, selebritas dan pesohor. Apapun yang dilakukan oleh mereka selalu menarik untuk dikabarkan kepada masyarakat. Nilai berita ini seringkali membuat wartawan foto menjadi *paparazzi*, yang rela melakukan apa saja untuk mengikuti narasumber demi mendapatkan foto

²⁹ *Ibid*

eksklusif. Tentunya hal ini tidak etis untuk dilakukan, namun terkadang tuntutan profesi yang tinggi seringkali mengesampingkan persoalan hati nurani.

9. Ketertarikan Manusiawi (*Human interest*)

Foto yang termasuk kategori *human interest* harus bisa menggugah rasa manusiawi orang yang melihatnya, contohnya foto *feature*. Nilai *human interest* yang ditampilkan dalam foto *feature* bisa memancing emosi orang yang melihatnya, bisa senang, sedih, prihatin, lucu, terharu, dan sebagainya.

10. Kejutan (*Suprising*)

Nilai berita ini merupakan sesuatu yang tidak terduga, tiba-tiba dan tidak direncanakan. Menurut sumadiria, kejutan bisa menunjuk pada ucapan dan perbuatan manusia. Bisa juga menyangkut binatang dan perubahan yang terjadi pada lingkungan alam dan benda mati. Sifatnya bisa menyenangkan atau menyedihkan. Sangat banyak nilai berita yang mengejutkan di negeri ini, dan terekam oleh lensa jurnalis foto. Diantaranya foto Gayus Tambunan di Bali dan foto karya Mohammad irfan jurnalis foto Media Indonesia yang menangkap Arifinto salah seorang anggota DPR yang ketahuan membuka situs porno pada saat sidang paripurna.³⁰

11. Seks (*Sex*)

Nilai foto berita ini berkaitan dengan seks, seringkali identik dengan berita perselingkuhan, perilaku menyimpang dan sebagainya. Poin ini identik dengan *paparazzi* karena permasalahan *paparazzi* adalah mereka yang membuat foto semata untuk menghasilkan uang sehingga memberikan nilai negatif. Oleh karena

³⁰ *Ibid*

itu, karya-karya foto sensasional *paparazzi* lebih banyak mengusik kehidupan pribadi orang terkenal dan bisa menghancurkan citra objek yang difoto.

Secara umum tahapan pemilihan foto *Headline* adalah Dengan diawali dari peliputan jurnalis/ pewartu foto dilapangan. Setelah itu, ia memilih hasil foto terbiknya dan menyerahkan foto tersebut kepada redaktur foto. Redaktur foto mengedit foto yang diberikan sesuai dengan kaidah aturan foto jurnalistik, kemudian menyerahkan kepada redaktur bahasa untuk diberi caption. Setelah menjalani beberapa proses, pemimpin redaksi mengadakan rapat kecil dengan beberapa pewartu foto dan redaktur untuk menentukan foto yang akan dijadikan foto *Headline*. Setelah lengkap, foto diserahkan ke bagian lay out untuk diatur tata letaknya di halaman surat kabar.³¹

4. Redaktur

Jurnalis yang kerjanya di kantor surat kabar atau media massa lainnya adalah editor atau lazim pula disebut redaktur. Mereka bekerja dalam suatu tim yang disebut redaksi, dan dipanggil editor karena tugasnya yang selalu mengedit (menyunting atau merevisi) naskah berita atau artikel lainnya yang datang dari reporter, koresponden, para penulis, dan para petugas *Public Relations* (dalam bentuk *press release*). Disamping harus membuat keputusan dengan cepat, para editor selalu memiliki mental dan kecakapan yang prima. Dialah jurnalis yang paling sibuk setiap jam dan harinya, sebagai seorang berbakat banyak yang hampir menjadi “tumpuan penyelesaian semua berita”. Berita datang melalui

³¹ Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari, *Jurnalistik Foto*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013, hal. 194

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

telephon, telegram, surat, atau naskah yang langsung ditinggalkan para reporter diatas mejanya.³²

Berita tentunya beraneka ragam dan tiada hentinya berdatangan ke meja editor. Berdasarkan keadaan meja editor tersebut, naskah berita dapat dikerjakan atas dua pengertian. Sebagai besarnya biasa disebut berita harian, dalam arti berita yang dikenal betul oleh para editor dan masih terus berdatangan pada saat mereka melaksanakan tugasnya. Dalam hal ini kita dapat mengelompokkannya sebagai peristiwa-peristiwa rutin seperti pembukaan sidang DPR, pertemuan sosial, sidang pengadilan, pertandingan olah raga, atau kedatangan para artis. Sebagian lagi adalah apa yang dikenal para reporter dengan sebutan berita hebat. Dikalangan para jurnalis berita hebat dimaksudkan adalah berita-berita yang berskala nasional seperti berita tentang pembunuhan, pesawat jatuh, kecelakaan kapal, pemerintah terguling, bencana alam, dan sebagainya. Sedangkan berita hebat lainnya berupa berita yang berskala daerah seperti penyitaan toko, penggerebekan daerah hitam (prostitusi), pengusuran, pertandingan olah raga setempat atau pertunjukan seni budaya setempat. Demikian pula dengan peristiwa dunia maupun yang terjadi dikawasan regional dan berdampak menggemparkan atau menarik perhatian masyarakat internasional, jelas merupakan berita hebat yang menjadi garpan utama para editor.³³

Penyempurnaan semua naskah berita itu merupakan tanggungjawab para editor. Penilaian terhadap beritanya adalah demi kepentingan umum semata, sementara tetap memperhatikan karya para reporter yang menulis beritanya. Atas dasar ungkapan “tiada hujan selain banjir” semua berita dapat diselesaikannya

³² Suhandang, Kustadi, *Pengantar Jurnalistik*, Bandung: Nuansa, 2004, hal. 64

³³ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan baik dan dapat menghasilkan revisi jalan cerita yang hebat. Baik dari segi gaya maupun sistematika penulisannya, sehingga para pembacapun tertarik untuk mengetahuinya dan bisa memahami peristiwa secepat mungkin. Apabila terjadi suatu peristiwa hebat, editor harus bisa menjadi penguasa untuk mempertimbangkan pembuangan berita lain yang dianggap kurang berharga, sekalipun berita mengenai ucapan perdana menteri atau pernyataan wali kota. Dalam hal demikian editor harus berani menggesernya dengan berita hebat tadi. Dia pun berharap agar setiap orang selalu memberikan informasi tentang semua temuan dalam tuganya sehari-hari, agar bisa segera disebar kembali melalui media massanya.³⁴

Dalam organisasi surat kabar dimanapun, sebelum seorang reporter turun atau diturunkan kelapangan, ia harus terlebih dahulu mendengarkan dari redaktornya apa-apa yang dihasilkan dalam rapat redaksi dipagi hari seputar berita-berita yang perlu diliput. Setiap surat kabar dihari-pagi memang selalu mengadakan rapat pagi yang dihadiri oleh para redaktur dan dipimpin oleh pemimpin redaksi atau redaktur pelaksana untuk menentukan berita-berita apa saja yang akan mengisi halaman surat kabar mereka esok hari.

Redaktur pelaksana adalah redaktur eksekutif yang bertugas mengawasi pelaksanaan peliputan berita atau boleh juga disebut kapten regu pemberitaan. Ia bertanggung jawab atas disajikannya berita-berita yang berimbang dan lengkap tentang berita-berita utama, baik lokal maupun non lokal, yang penting ditunggu-tunggu pembaca korannya. Pekerjaan detilnya bukan dia yang melakukannya tetapi para redaktur dibawahnya beserta stafnya, kalau ada. Misalnya, untuk

³⁴ *Ibid*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masalah-masalah kota, pekerjaan detil seperti penugasan peliputan dan penyuntingan berita dilakukan oleh redaktur kota, untuk berita-berita olahraga oleh redaktur olahraga, untuk berita politik oleh redaktur politik dan untuk berita ekonomi oleh redaktur ekonomi begitu seterusnya.

Dalam surat kabar sedikitnya ada empat redaktur, yang biasanya terdiri dari redaktur kota, olahraga, hiburan atau kebudayaan dan redaktur ekonomi. Redaktur tersebut masing-masing memimpin *desk*, yaitu setara dengan bagian dalam organisasi biasa. Dengan demikian *desk* ekonomi, kota, *desk* luar negeri dan sebagainya masing-masing dipimpin oleh seorang redaktur.

Redaktur pelaksana merupakan eselon ketiga dalam hirarki organisasi surat kabar. Dipuncak organisasi duduk pemimpin umum surat kabar, biasanya pemilik surat kabar atau orang ditunjuk untuk mewakili pemilik. Ditangga hirarki dibawahnya terdapat pemimpin redaksi atau pemimpin perusahaan. Pemimpin redaksi bertanggung jawab atas operasi redaksional secara keseluruhan, yakni operasi yang bukan berkaitan dengan sirkulasi, iklan, dan administrasi. Redaktur pelaksana lazimnya berada dibawah dan bertanggungjawab terhadap pemimpin redaksi. Sementara, pemimpin perusahaan yang bertanggung jawab kepada pemimpin umum disertai tugas mengelola operasi-operasi yang bersangkutan dengan administrasi, keuangan perusahaan dan pemasaran.³⁵

Seperti dikemukakan diatas pemimpin redaksi bertanggung jawab atas operasi keredaksian secara keseluruhan. Tempat dimana kegiatan keredaksian ini berlangsung disebut dapur redaksi. Dapur redaksi dipimpin oleh redaktur

³⁵ Kusumaningrat, Hikmat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007, hal. 73-74

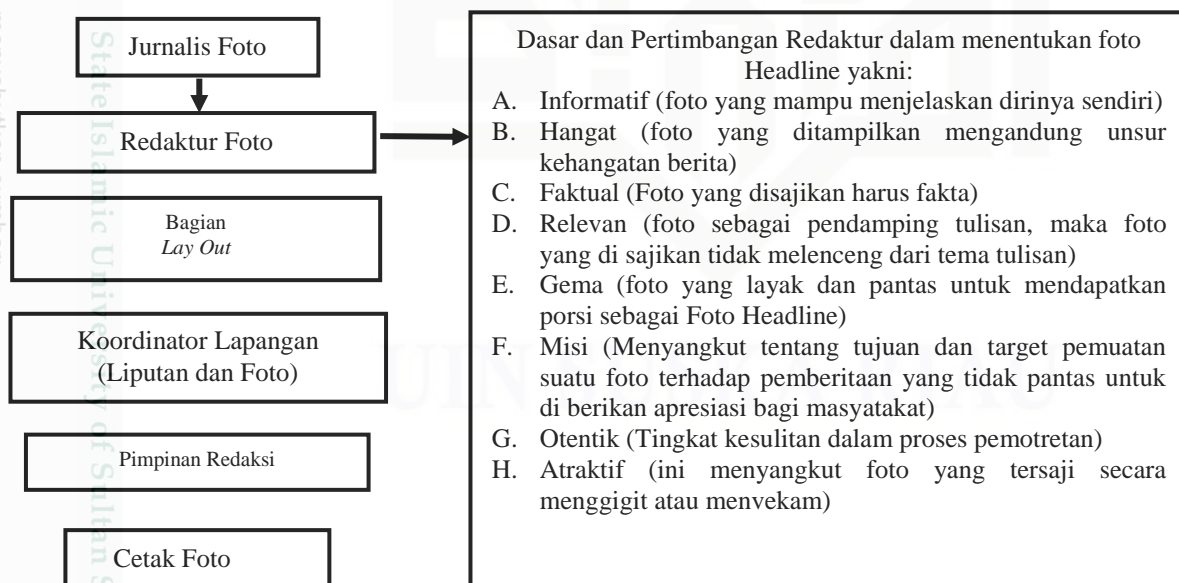
pelaksana, sedangkan pemimpin redaksi hanya mengawasi dan mengarahkan atau melakukan survei atas operasionalisasi keredaksian.³⁶

5. Proses Penentuan Foto *Headline*

Proses penentuan sebuah foto dalam surat kabar diawali dari peliputan jurnalistik dilapangan. Setelah itu ia memilih hasil foto terbaiknya dan menyerahkan foto tersebut kepada redaktur foto. Redaktur foto mengedit foto yang diberikan sesuai dengan kaedah aturan foto jurnalistik, kemudian menyerahkannya kepada redaktur bahasa untuk diberi *caption*. Setelah lengkap foto diserahkan kebagian *lay out* untuk diatur tata letaknya dihalaman surat kabar.³⁷

Secara lebih sederhana proses pemuatan foto jurnalistik dimedia cetak dapat dilihat pada gambar berikut;

Gambar 2.1 Proses Pemuatan foto Jurnalistik dimedia Cetak



Sumber: Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari, (2013: 194)

³⁶ Ibid

³⁷ Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari, *op, cit*, hal. 193

6. Foto Jurnalistik

Kaitannya dengan pers RM Soelarko menjelaskan “Fotografi untuk pers lazimnya disebut Photo Journalism (*Jurnalistik foto*) dan merupakan unsur yang penting di dalam Journalis jaman sekarang”.³⁸ Pengertian foto jurnalistik menurut Walter Cronkite, dikutip oleh Audy Mirza Alwi “Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan berupa ekspresi pribadi. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.”³⁹

Kedua pendapat diatas penulis menyimpulkan fotografi untuk kegiatan pers disebut foto jurnalistik, yaitu komunikasi yang dilakukan melalui bentuk ekspresi wartawan terhadap subjek, bentuknya adalah kegiatan melaporkan berita. Peran foto jurnalistik dalam koran dan majalah berkembang pada tahun 1930-an. Foto jurnalistik tumbuh menjadi suatu konsep dalam sistem komunikasi foto. Komunikasi foto kini telah menempati kunci model dalam proses komunikasi massa. Sebagai suatu lambang yang berdimensi visual, foto dan gambar dapat mendeskripsikan suatu pesan yang tidak secara eksplisit tertuang dalam komunikasi kata baik lisan maupun tulisan.⁴⁰ Pada surat kabar atau majalah, gambar atau foto adalah bagian dari bisnis penulisan. Redaktur menyenangi foto sebagai ilustrasi artikel atau berita, foto juga dapat menarik perhatian pembacayang sedang berjalanjalan dekat rak pajangan koran atau majalah.⁴¹ Foto

³⁸ R.M Soelarko, *Fotografi Untuk Nafkah*, Bandung: PT. Karya Nusantara, 1977. h. 122

³⁹ Audy, Mirza, Alwi, *Foto jurnalistik*, Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2004, hal. 4

⁴⁰ Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, PT. Logos Wacana Ilmu, 1999, hal.

⁴¹ Gundar Banjarnahov, *Wartawan Freelance, Panduan Menulis Artikel untuk Media Cetak dan Elektronik*, Bogor: Ghalia-Indonesia, 1994, hal. 155

dapat menyenangkan mata, memberikan peluang istirahat ketika membaca barisan-barisan cetakan yang panjang. Foto segera dapat menuangkan langsung informasi dan mendorong keputusan, apakah mau membaca artikel tersebut atau tidak.⁴² Hal lain yang menyebabkan redaktur sangat menyenangi foto karena foto dapat diterbitkan dalam ukuran sebesar apa saja, sehingga naskah artikel dapat berakhir tepat pada halaman yang pas. Gambar foto digunakan bukan hanya membuat surat kabar dan majalah agar menarik untuk dibaca, tetapi juga merupakan pekerjaan seni tata letak supaya lebih menarik untuk dibaca.⁴³

1. Jenis-Jenis Foto Jurnalistik

Dalam perjalanannya jenis-jenis foto jurnalistik dapat diketahui melalui kategori yang dibuat Badan Foto jurnalistik Dunia (*World Press Photo Foundation*) pada lomba foto tahunan yang diselenggarakan bagi wartawan seluruh dunia.⁴⁴ Katergori itu adalah sebagai berikut:

1. *Spot Photo*

Foto spot adalah foto yang dibuat dari peristiwa yang tidak terjadwal atau tidak terduga yang diambil oleh si fotografer langsung di lokasi kejadian.

2. *General News Photo*

Adalah foto-foto yang diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin, dan biasa. Temanya bisa bermacam-macam, yaitu politik, ekonomi, dan humor.

⁴² *Ibid*

⁴³ Asep Saeful Muhtadi, *op,cit*, hal. 37

⁴⁴ Audy, Mirza, Alwi, *op,cit*, hal 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *People in the News Photo*

Adalah foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang ditampilkan adalah pribadi atau sosok orang yang menjadi berita itu. Bisa kelucuan, nasib, dan sebagainya.

4. *Daily Life Photo*

Adalah foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiawianannya (*human interest*).

5. *Potrait*

Adalah foto yang menampilkan wajah seseorang secara close up dan “mejang”. Ditampilkan karena adanya kekhasan pada wajah yang dimiliki atau kekhasan lainnya.

6. *Spots Photo*

Adalah foto yang dibuat dari peristiwa olahraga.

7. *Science and Technology Photo*

Adalah foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.

8. *Art and Culture Photo*

Adalah foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya.

9. *Social and Environment*

Adalah foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya.⁴⁵

⁴⁵ *Ibid*

Fungsi Foto Jurnalistik

Pada hakekatnya foto punya kelebihan dibandingkan media oral. Fungsi foto yaitu:

1. Foto merupakan salah satu media visual untuk merekam atau mengabdikan atau menceritakan suatu peristiwa.
2. Foto dapat memperjelas suatu berita dan dapat menarik pembaca untuk membeli surat kabar tersebut.
3. Foto mudah diingat dan mempercantik perwajahan.
4. Foto juga punya efek lain yang timbul jika kita melihatnya.⁴⁶

3. Proses Pemilihan dan Penyajian Foto

Penyajian adalah cara menyampaikan suatu pemberitaan, karangan dan sebagainya. Maka bila dikaitkan dengan rumusan masalah penelitian maka yang dimaksud penyajian adalah cara menyampaikan sebuah pemberitaan dalam bentuk foto. Penyajian foto di dalam sebuah surat kabar memiliki beberapa proses seleksi seperti yang dijelaskan Ed Zoelverdi. Berdasarkan fungsinya, foto jurnalistik merupakan salah satu media visual untuk merekam atau mengabdikan atau menceritakan suatu peristiwa. Foto dapat memperjelas suatu berita dan dapat menarik pembaca untuk membeli surat kabar tersebut.

Setiap foto, sebenarnya mengalami dua tahap seleksi. Selain menjalani proses pemilihan di meja redaksi, proses yang sama juga terjadi ketika Mat Kodak berada di lapangan. Itu bisa diterangkan, begini : mulai dari posisi Mat Kodak berdiri sampai memutuskan menekan tombol untuk menangkap momen tertentu,

⁴⁶ Ibid

berarti dia sudah melakukan sebuah pilihan.⁴⁷ Foto berita mempunyai sifat deskriptif (menggambarkan), dan itu lebih memudahkan pembaca dalam mengetahui sebuah berita tanpa harus membacanya terlebih dahulu. Foto berita harus bisa menggambarkan sebuah peristiwa. Agar memudahkan pembaca dalam memahami pesan komunikasi visual dari sebuah foto maka perlu pertimbangan agar foto tersebut layak disiarkan, seperti dijelaskan ED Zoelverdi sebuah foto harus:⁴⁸

- a. Informatif. Foto itu mampu menjelaskan dirinya secara ringkas, sehingga apa yang disampaikan segera dapat terbaca tanpa harus dibebani lagi dengan kata yang panjang lebar.
- b. Hangat. Ini sesuai dengan prasyarat sebuah berita. Yaitu, yang ditampilkan dalam foto itu mengandung unsur kehangatan. Subyeknya bukan cerita basi karena tuntutan mutlak.
- c. Factual. Subyek foto ini tidak diada-adakan, tetapi sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya. Tuntutan terhadap faktor ini sesuai dengan kenyataan yang sesungguhnya.
- d. Relevan. Isi yang dikandung foto secara jitu mendukung semua tema pokok cerita atau penulisan. Artinya sebagai pendamping tulisan, maka gambaran yang tersaji dalam foto tidak melenceng dari tema tulisan.
- e. Gema. Ini akan menentukan penempatan foto. Jika rekamannya hanya mengenai kejadian local (rumah kebakaran, misalnya) maka fotonya mungkin bukan dihalaman muka. Tapi jika kejadiannya itu menelan ratusan korban manusia, seperti akibat bencana alam dasyat, yang

⁴⁷ ED Zoelverdi, *op, cit*, hal.59

⁴⁸ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gemanya bukan sekedar local, tapi lebih luas, yaitu nasional, foto ini layak dapat porsi halaman muka.

- f. Misi. Ini menyangkut tujuan atau target pemuatan suatu foto. Ihwal bencana alam misalnya, tentu dimaksud untuk menyentuh sentuhan kemanusiaan. Ada yang bertujuan membangkitkan apresiasi masyarakat terhadap hal-hal yang patut dihargai, atau sebaliknya menggugah kemauan mereka untuk mengubah apa yang secara kemasyarakatan dianggap berengsek.
- g. Otentik. Lazim juga disebut tingkat kesulitan dalam proses pemotretan. Dalam hal ini ada dua pengertian otentik. Pertama subyeknya sendiri hanya si Mat Kodak bersangkutan yang dapat, dan kedua, mesti ada 10 Mat Kodak menjepret subyek yang sama, tapi hanya satu hasil yang menunjukkan sudut pandang atau moment yang berbeda.
- h. Atraktif. Ini menyangkut sosok grafis sebuah foto yang tersaji secara menggigit atau mencekam. Penampilannya tidak hambar dan dibagian ini ada peran editing atau sumbangsih polesan Editor Foto.

Selain itu ada juga persyaratan agar foto berita dapat berhasil, seperti dikemukakan Bernd. Heydermann, dalam R.M Soelarko.⁴⁹

1. Foto berita harus mampu menonjolkan diri, melawan membanjirkan informasi berita (prinsip persaingan). Tidak dikatakan dengan cara bagaimana, apakah mencari sensasionil, yang menyentuh hati manusia atau dengan penyajian yang konvensional.

⁴⁹ R.M Soelarko, *Pengantar Fotografi Jurnalistik*, PT Karya Nusantara, 1985, h. 71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Foto berita harus disusun sedemikian rupa, sehingga mudah diterima oleh pengamat, tanpa kesukaran mengenalnya. Prinsip berkesan pada indera pengamat.
3. Foto berita harus mampu menyajikan beritanya dengan kekayaan detail gambar, yang dapat dikenal sebagai penyajian modern (Prinsip Originalitas).
4. Foto berita jangan menyampaikan ulangan-ulangan dari gaya pemberitaan, untuk mencegah efek imunisasi (Prinsip pembaruan terus, untuk menghindari kebosanan dari pembaca).

4. Foto

Fotografi berasal dari kata Yunani, “Photos” berarti cahaya dan “Graphien” berarti melukis atau menggambar, kemudian menjadi pengertian proses pembuatan gambar menggunakan cahaya.⁵⁰

Fotografi adalah proses pembuatan foto atau potret menggunakan bantuan sebuah lensa kamera, gambar-gambar yang diatur di atas sebuah film atau permukaan-permukaan khusus yang diciptakan sensitive terhadap cahaya yang nampak atau radiasi-radiasi yang tidak nampak seperti sinar X-ray.⁵¹

Foto eksklusif adalah foto yang memiliki berita tinggi dan diambil pada saat *moment* yang tepat, serta hanya diperoleh seorang wartawan dari suatu media massa.⁵²

Berita utama atau *Headline news*, memiliki beberapa unsur yang dominan dalam media cetak. Unsur-unsur yang dominan tersebut bisa meningkatkan

⁵⁰ Ensiklopedia Nasional Indonesia, Jakarta, Cipta Adi Pustaka, 1989, hal. 371

⁵¹ Grolier Incorporated, *The American People Encyclopedia XV*, New York, 1962, hal. 45

⁵² JB Wahyudi, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak*, Gramedia Pustaka Umum, Jakarta 1992, hal. 124

prestasi, perstise dan daya saing. Sebuah surat kabar (koran) akan tetap bertahan atau bahkan bisa membuat media cetak itu bisa menempati peringkat yang tertinggi.

Headline adalah judul yang merupakan kalimat lengkap dengan pengertian yang jernih dalam susunan yang memiliki Subjek, Predikat, Objek. Judul ini bisa didapat pada *Hard News/ Spot News*.⁵³

Foto *Headline* adalah foto atau gambar utama, yang dicetak pada sebuah surat kabar dan menempati halaman pertama. Unsur-unsur yang ada pada foto *Headline*.

- a. Foto *Headline* harus memiliki daya tarik yang luar biasa bagi pembaca, karena memiliki keluarbiasaan, menyangkut “Prominance”, tokoh-tokoh terkenal, kepentingan publik, memiliki akurasi, ketegangan, konflik dan keaktualan di dalamnya.
- b. Foto *Headline* yang bagus akan membuat pembaca puas, karena mendapat dan terhibur (*infotainment*). Pembaca merasa terwakilkan kepentingan mereka (control sosial, pelayanan umum dan lain-lain).
- c. Foto *Headline*, menjadi faktor yang berfungsi untuk menjaga *visi* dan *misi* surat kabar atau media yang bersangkutan.
- d. Foto *Headline*, dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu media cetak yang bersangkutan.

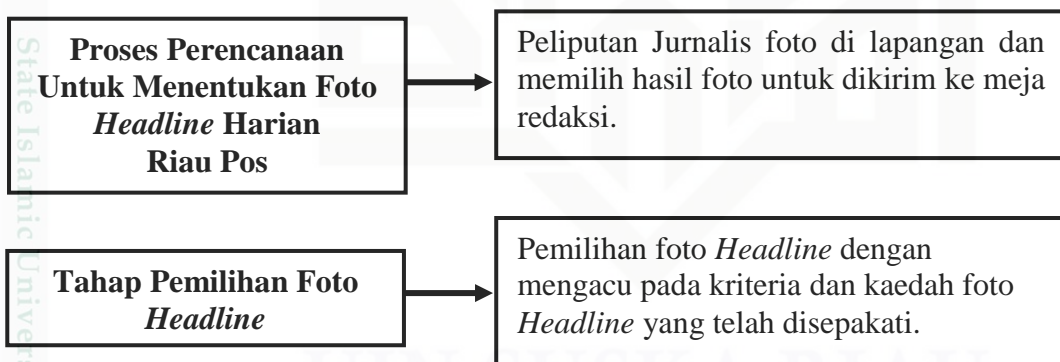
⁵³ Andi Baso Mappatoto, *Teknik Penulisan Feature*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 1999, hal. 66

B. Kerangka Pikir

Setelah melihat secara jelas tentang kerangka teoritis, maka untuk melanjutkan hal tersebut, perlu dioperasionalkan, sehingga dapat memudahkan untuk mengetahui proses penetapan *foto Headline* Surat Kabar Harian Riau Pos. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat pada kerangka pikir penelitian.

Proses penentuan sebuah foto dalam surat kabar diawali dari peliputan jurnalistik di lapangan. Setelah itu ia memilih hasil foto terbaiknya dan menyerahkan foto tersebut kepada redaktur foto. Redaktur foto mengedit foto yang diberikan sesuai dengan kaedah aturan foto jurnalistik, kemudian menyerahkannya kepada redaktur bahasa untuk diberi *caption*. Setelah lengkap foto diserahkan ke bagian *lay out* untuk diatur tata letaknya di halaman surat kabar.⁵⁴

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari (2013: 193)

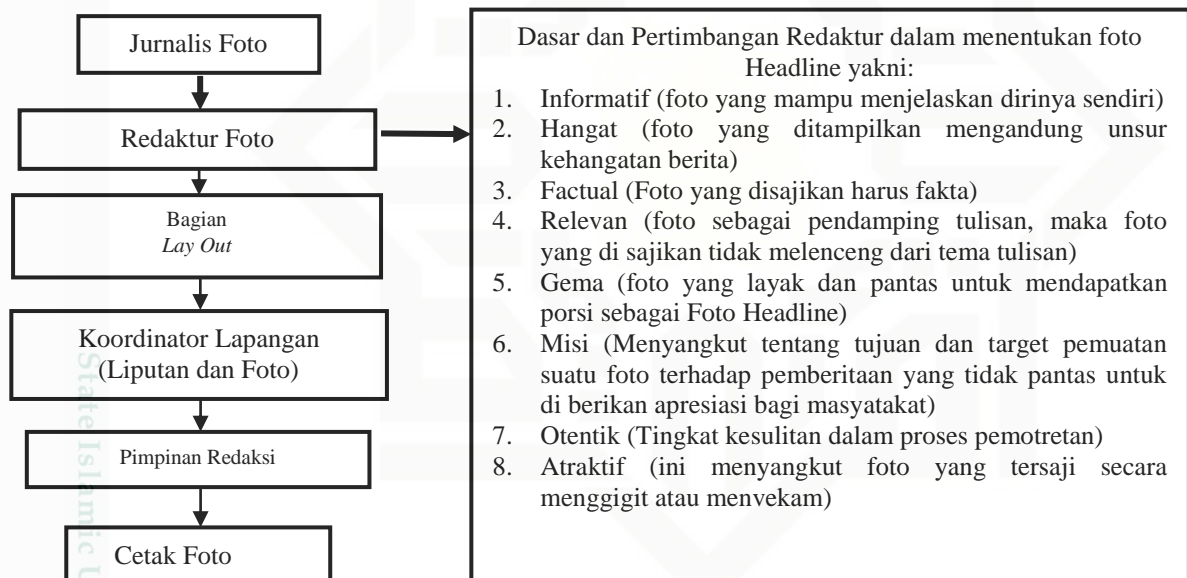
Dalam menentukan foto *Headline*, redaktur juga berkoordinasi dengan bagian perwajahan karena merekalah yang mengatur tata letak foto dan teks di halaman surat kabar. Seringkali redaktur harus berkompromi untuk memenuhi

⁵⁴ Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari, *op, cit*, hal. 193

kebutuhan *space* halaman, apakah membutuhkan foto vertikal atau horizontal, apakah perlu cropping atau tidak.⁵⁵

Selain didasari pertimbangan untuk memenuhi keinginan pembaca dan memberikan informasi terbaik, pemilihan foto *Headline* juga mempertimbangkan aspek komersial, Proses penentuan sebuah foto dalam surat kabar diawali dari peliputan jurnalistik dilapangan. Setelah itu ia memilih hasil foto terbaiknya dan menyerahkan foto tersebut kepada redaktur foto.⁵⁶

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber: Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari (2013: 194)

⁵⁵ Toufan Wijaya, 2014, *Foto Jurnalistik*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, hal. 48

⁵⁶ Rita Gani Ratri Rizki Kusumalestari, *op, cit*, hal. 193

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dasar dan pertimbangan Redaktur dalam menentukan sebuah foto *Headline* yang akan di terbitkan yakni melalui tahapan sebagai berikut:

1. Informatif yaitu foto yang mampu menjelaskan dirinya sendiri
2. Hangat yaitu foto yang ditampilkan mengandung unsur kehangatan berita
3. Factual yaitu Foto yang disajikan harus fakta
4. Relevan yaitu foto sebagai pendamping tulisan, maka foto yang di sajikan tidak melenceng dari tema tulisan
5. Gema yaitu foto yang layak dan pantas untuk mendapatkan porsi sebagai Foto *Headline*
6. Misi yaitu Menyangkut tentang tujuan dan target pemuatan suatu foto terhadap pemberitaan yang tidak pantas untuk di berikan apresiasi bagi masyarakat
7. Otentik yaitu Tingkat kesulitan dalam proses pemotretan
8. Atraktif yaitu menyangkut sosok grafis sebuah foto yang tersaji secara menggigit atau mencekam.

C. Kajian Terdahulu

Cindi Furi Karina, *Teknik Foto Jurnalistik di Surat Kabar Riau Pos Pekanbaru*, Jurusan Pers dan Grafika, Fakulal Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2006. Dengan hasil penelitian bahwa bentuk jurnalistik yang baik di Riau Pos mengandung unsure W5+1H. Foto yang tergolong baik itu tidak melanggar hukum dan kode etik pers. Dari segi teknik pengambilan yang tepat, pengambilan yang bagus dan terarah,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

fotografernya mengerti dalam penggunaan kamera dan memahami media foto yang digunakan. Foto jurnalistik yang baik tersebut dapat berbicara, dapat dipahami sipembaca dan mempunyai suatu titik henti yakni “apa dan siapa”. Hal ini merupakan inti pesan foto yang sangat penting. Selanjutnya dimana bagaimana, dan mengapa hanya unsure penunjang atau penguat pesan saja.⁵⁷

Muhammad Idham Ama, *Kebijakan Redaksional Harian Fajar dalam menentukan Foto Headline*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar, 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses kebijakan redaksional Harian FAJAR dalam menentukan foto *Headline* dimulai ketika fotografer menyeter foto ke server redaksi dan berakhir dengan diskusi antara koordinator kompartemen/redaktur halaman satu, koordinator foto, layouter dan pemimpin redaksi. Proses tersebut melalui tahapan-tahapan yang berakhir pada saat menjelang terbitnya surat kabar. Foto *Headline* Harian FAJAR selama kurun waktu 1 September sampai 1 Desember menampilkan foto yang bertema hukum/moral sosial dan politik. Dari 92 edisi selama kurun waktu tersebut, foto bertema hukum dan moral sosial muncul 26 kali (28,27%) sebagai foto *Headline*. Hal ini disebabkan tema tersebut memang banyak menjadi isu sentral. Foto *Headline* Harian FAJAR cenderung mengangkat isu sentral yang sudah terlanjur muncul ke permukaan atau sementara hangat dibicarakan oleh masyarakat. Isu yang tidak tergolong sentral tidak akan menjadi foto *Headline* kecuali jika memiliki unsur kejutan dan luar biasa. Wewenang untuk menentukan foto *Headline* Harian Fajar sepenuhnya ada pada

⁵⁷ Cindi Furi Karina, *Teknik Foto Jurnalistik di Surat Kabar Riau Pos Pekanbaru*, Jurusan Pers dan Grafika, Fakutal Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2006

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

koordinator kompartemen/redaktur halaman satu. Dengan demikian, yang memegang peranan penting dalam pengambilan kebijakan foto *Headline* adalah koordinator kompartemen/redaktur halaman satu yang dipegang oleh Silahuddin Genda. Kriteria foto *Headline* Harian FAJAR tidak memiliki rumusan yang baku dalam pola kebijakan redaksional. Akan tetapi, berdasarkan kecenderungan dan frekuensi pemuatan foto *Headline* berdasarkan tema dan isu sentral, dapat dirumuskan bahwa kriteria foto *Headline* senantiasa mengacu pada prinsip dan syarat-syarat foto *Headline* secara umum. Kriteria foto *Headline* Harian FAJAR memenuhi unsur-unsur: baru atau termasa, jarak (jauh dekat), keluarbiasaan, penting, akibat dan tragedi.⁵⁸

⁵⁸ Muhammad Idham Ama, *Kebijakan Redaksional Harian Fajar dalam menentukan Foto headline*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar, 2013